
Tudo que você precisa saber sobre

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E CONDUTAS VEDADAS



Eleições 2022
Perguntas e respostas

GRA | Gabriela Rollemberg
ADVOCACIA

Apoio
QUERO VOCÊ ELEITA

Redação e pesquisa

**Gabriela Rollemberg
Rodrigo Pedreira
Janaina Rollemberg
Ana Elaine**

Projeto gráfico

Ivine Ferreira

Revisão

Márcia Rollemberg

Apresentação

O objetivo desta publicação é orientar os agentes públicos quanto às vedações impostas pela legislação e os procedimentos que devem ser observados em ano eleitoral.

Cabe destacar que a legislação eleitoral tem como objetivo impedir o uso da estrutura da administração pública de qualquer esfera de poder (federal, estadual, distrital ou municipal) em favor de candidatura a qualquer cargo, assegurando assim a igualdade de condições na disputa eleitoral.

SUMÁRIO

1. O que é conduta vedada?	5
2. Quem é o agente público para fins eleitorais?	5
3. A conduta vedada também pode configurar ato de improbidade administrativa?	5
4. O que é publicidade institucional?	6
5. Quais são os requisitos da publicidade institucional?	6
6. O que não deve ser veiculado na publicidade institucional?	6
7. Quais são os tipos de publicidade institucional?	7
8. Quais são os tipos de publicidade institucional vedados três meses antes das Eleições?	8
9. Quais são os tipos de publicidade institucional permitidos três meses antes das Eleições?	8
10. No meu estado foi criado um logotipo/slogan para a gestão, todo o material que contiver esse logotipo deve ser suspenso durante o período vedado?	8
11. Importa o fato desse material ter sido produzido antes do período vedado?	8
12. O que fazer com placas de obras públicas que contém as marcas ou slogan do Governo Federal, Estadual ou Distrital?	8
13. Como identificar durante o período vedado as placas de obra, publicidades decorrentes de casos de grave e urgente necessidade pública reconhecidas pela Justiça Eleitoral e as ações de patrocínio concedidas pelo governo?	9
14. Como deve ser aplicada a marca do governo em postos de atendimento público e recursos vinculados aos programas de governo?	9
15. Os sites dos governos devem ser retirados do ar por completo?	9
16. Como proceder com os perfis em redes sociais?	9
17. O agente público pode veicular publicidade institucional em seu perfil pessoal durante o período vedado?	10
18. Existe alguma vedação para relações de comunicação com a imprensa durante o período vedado?	10
19. A propaganda eleitoral pode conter nomes ou siglas de órgãos públicos?	10
20. Pode conter propaganda eleitoral em sítios oficiais hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta?	10
21. Qual o limite de gastos com publicidade institucional no ano da eleição?	11
22. Como devo fazer esse cálculo do limite de gastos? Quais são os parâmetros?	11

23. O novo limite de gastos se aplica ao ano eleitoral de 2022?	11
24. Como será calculado o novo limite de gastos com publicidade institucional para as eleições que acontecerem após um ano da data da vigência da nova lei?	11
25. O que fazer se tiver ultrapassado o limite de gastos?	12
26. É possível fazer pronunciamento em cadeia de rádio e televisão no ano da eleição?	13
27. É possível realizar inaugurações de obras públicas nos três meses que antecedem as Eleições?	13
28. Há alguma restrição nas inaugurações de obras públicas?	13
29. Posso utilizar bens móveis ou imóveis da administração pública para fazer atos de campanha?	13
30. A convenção partidária pode ocorrer em imóvel pertencente à administração pública?	13
31. É possível a realização de reuniões de campanha nas residências oficiais dos candidatos e candidatas à reeleição?	13
32. É possível usar materiais ou bens públicos com intuito eleitoral?	14
33. É possível a distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios?	14
34. É preciso suspender no ano eleitoral programas ou ações que já vinham sendo executados?	14
35. É possível a concessão de bens, valores ou benefícios por parte da administração em caso de calamidade pública?	14
36. Como fazer a distribuição gratuita sem haver promoção pessoal?	15
37. Quais as restrições com relação aos servidores públicos?	16
38. É possível contratar, nomear, demitir ou readaptar vantagens de servidores em ano eleitoral?	16

ESTA OBRA ESTÁ LICENCIADA COM UMA **LICENÇA CREATIVE COMMONS ATRIBUIÇÃO NÃO COMERCIAL 4.0 INTERNACIONAL.**

Essa licença permite copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato, remixar, transformar e criar a partir do material, desde que mencionada expressamente a fonte, e que não seja para fins comerciais.

<https://www.gabrielarollemberg.adv.br/>

CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS

1 O QUE É CONDUTA VEDADA?

As condutas vedadas são um conjunto de ações proibidas e definidas pela Lei 9.504/97, conhecida como a Lei das Eleições, que podem vir a desequilibrar o pleito eleitoral, afetando a igualdade de oportunidade entre as candidaturas.



2 QUEM É AGENTE PÚBLICO PARA FINS ELEITORAIS?

É aquele que exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função nos órgãos ou entidades da administração pública direta, indireta ou fundacional, estando compreendidos:

- os agentes políticos, presidente da República, governadores, prefeitos e respectivos vice-prefeitos, ministros de Estado, secretários, senadores, deputados federais e estaduais, vereadores, etc.;
- as servidoras e servidores titulares de cargos públicos, efetivos ou em comissão, em órgão ou entidade pública (autarquias e fundações);

- as pessoas requisitadas para prestação de atividade de natureza pública (membro de mesa receptora ou apuradora de votos, recrutados para o serviço militar obrigatório etc.);
- as pessoas que se vinculam contratualmente com o Poder Público (prestadores terceirizados de serviço, concessionários ou permissionários de serviços públicos e delegados de função ou ofício público).
- as pessoas empregadas, sujeitas ao regime estatutário ou celetista, permanentes ou temporários, contratados por prazo determinado ou indeterminado, de órgão ou entidade pública (autarquias e fundações), empresa pública ou sociedade de economia mista;
- as gestoras e gestores de negócios públicos;
- as estagiárias e estagiários.

3 A CONDUTA VEDADA TAMBÉM PODE CONFIGURAR ATO DE IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA?

Sim. Conforme o disposto no § 7º do art. 73 da Lei nº 9.504, de 1997, as condutas vedadas também podem caracterizar eventual ato de improbidade administrativa previstos em algum dos tipos enunciados nos arts. 9º, 10 e 11 da Lei nº 8.429, de 1992 e sujeitam-se às disposições desta Lei.

A competência para processar e julgar ato de improbidade não é da Justiça Eleitoral, mas da Justiça comum ou da Justiça Federal.

4 O QUE É PUBLICIDADE INSTITUCIONAL?

É a divulgação pela Administração Pública, em canais próprios ou alheios, dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos. Ela deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podem constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (Constituição Federal, art. 37, § 1º).

5 QUAIS SÃO OS REQUISITOS DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL?

A propaganda institucional deve ter:



Conteúdo educativo, informativo ou de orientação social;



Deve ser revestida de impessoalidade, não podendo caracterizar ato de governo deste ou daquele em particular;



É possível identificar as obras realizadas pelo governo e os serviços que se encontram disponíveis para a população, desde que o conteúdo seja informativo.

6 O QUE NÃO DEVE SER VEICULADO NA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL?

- É vedado qualquer tipo de identificação, pouco importando que seja por meio de nome, slogan ou imagem capaz de vincular a pessoa do governante, ao seu partido ou a sua gestão;

- **TV, rádio ou publicidade impressa:** não pode conter a imagem e o nome do Presidente, Governador ou Governadora, pois dá caráter inequívoco de personalidade;

- **Redes sociais:** Para o conteúdo divulgado nas redes sociais e site da Presidência da República e do Governo Estadual, não há uma vedação expressa, mas é preciso ter cautela. A imagem e/ou nome do Presidente, Governador ou Governadora só devem aparecer em postagens que tenham relevância para o contexto do que está sendo informado, devendo ser evitado que apareça com muita frequência;

- **Slogan:** Pode ser usado, mas é vedada a utilização de slogan que remeta ao gestor ou gestora, ao partido ou ao conteúdo da sua campanha eleitoral;

- **Logotipo:** Pode ser usado. No entanto, o ideal é que seja utilizado o símbolo oficial do Governo Federal ou do Estado, com as cores da bandeira, sem que haja a identificação temporal da gestão. O uso da marca própria criada para uma gestão específica pode configurar método de publicidade que afronta a Constituição Federal, a depender do contexto;

- **Comparação:** Não deve ser utilizada nenhuma expressão que possa ter conotação de comparação entre os governos, como a distinção atual de obras e serviços e o quadro deixado pelo governo anterior. (Exemplos – “O melhor programa”, “O maior...”; “Melhor hoje, maior amanhã...);

- **Uso de marcas temporais que possam ensejar comparação com outras gestões:** Exemplo - “há seis anos, o hospital estava fechado...”;

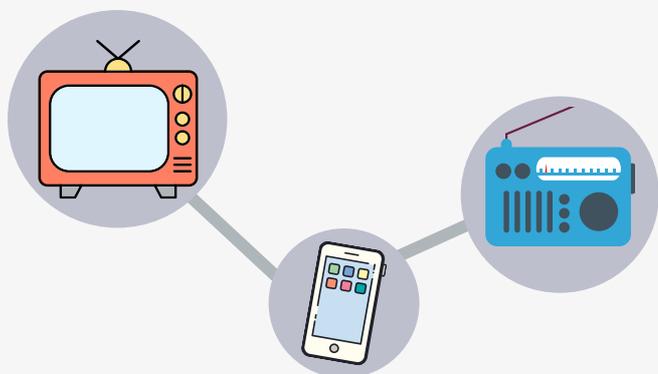
- **Deve ser evitada linguagem que identifica a gestão:** Exemplos - “este governo estava mais preocupado em trabalhar pra você”; “este governo está mudando a saúde no Estado”;

- **Expressões elogiosas à gestão:** não devem ser utilizadas. Exemplo - “excelente trabalho desenvolvido pelo Governo do Estado”.

- **Associação de referências negativas ao passado devem ser evitadas.** Exemplo: “Antes, as calçadas estavam esburacadas”; “Antigamente, o serviço era ruim”;

- **Continuidade:** evitar frases que possam dar essa conotação. Exemplo - “ainda há muito a ser feito”;

- **Expressões que indiquem superioridade do atual governo** em relação ao anterior: Exemplo: “Agora o serviço está sendo bem prestado”.



7 QUAIS SÃO OS TIPOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL?

1 **Publicidade institucional:** destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas;

2 **Publicidade de utilidade pública:** destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

3 **Publicidade mercadológica:** destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado;

4 **Publicidade legal:** destina-se à divulgação leis, decretos, balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo, com o objetivo de atender a prescrições legais e constitucionais.

8 **QUAIS SÃO OS TIPOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL VEDADOS NOS TRÊS MESES ANTES DAS ELEIÇÕES?**



Nos três meses que antecedem o pleito, ou seja, a partir do dia 2 de julho, é vedado autorizar a realização da publicidade institucional e da publicidade de utilidade pública, ou seja, a divulgação dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos ou das respectivas entidades da administração indireta, mais especificamente conforme os conceitos apresentados na resposta anterior.

9 **QUAIS SÃO OS TIPOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL PERMITIDOS TRÊS MESES ANTES DAS ELEIÇÕES?**

- 1) Publicidade mercadológica;
- 2) Publicidade legal;
- 3) Publicidade decorrente de casos de grave e urgente necessidade pública, desde que seja assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

Atenção:

A publicidade deve ser meramente informativa e seguir o princípio da impessoalidade, resguardada a possibilidade de apuração de eventual conduta abusiva nos termos do art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990.

10 **NO MEU ESTADO FOI CRIADO UM LOGOTIPO/SLOGAN PARA A GESTÃO, TODO O MATERIAL QUE CONTIVER ESSE LOGOTIPO DEVE SER SUSPENSO DURANTE O PERÍODO VEDADO?**

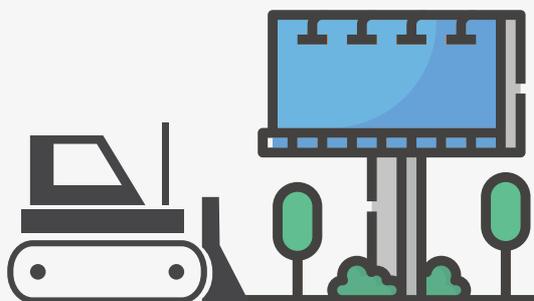
Sim. Durante o período vedado, fica suspensa toda e qualquer forma de divulgação do logotipo/slogan da gestão do Estado e do Distrito Federal, na publicidade, em qualquer ação de comunicação ou em qualquer suporte utilizado como meio de divulgação.

11 **IMPORTA O FATO DESSE MATERIAL TER SIDO PRODUZIDO ANTES DO PERÍODO VEDADO?**

Não, independente do momento em que o material foi produzido, ele não poderá ser distribuído durante o período vedado.

12 **O QUE FAZER COM AS PLACAS DE OBRAS PÚBLICAS QUE CONTÉM AS MARCAS OU SLOGAN DO GOVERNO FEDERAL, ESTADUAL OU DISTRITAL?**

Toda e qualquer marca ou slogan da gestão deve ser retirada ou coberta, inclusive das placas de divulgação obrigatórias, até 1º de julho de 2022.



13 COMO IDENTIFICAR DURANTE O PERÍODO VEDADO AS PLACAS DE OBRA, PUBLICIDADES DECORRENTES DE CASOS DE GRAVE E URGENTE NECESSIDADE PÚBLICA RECONHECIDAS PELA JUSTIÇA ELEITORAL E AS AÇÕES DE PATROCÍNIO CONCEDIDAS PELO GOVERNO?

O logotipo ou slogan utilizados normalmente pelo Governo Federal, Estadual ou Distrital não poderão ser utilizados, o que poderá ser mantido é apenas a indicação do Governo, em tons e fontes neutras - sugere-se a cor preta, sem qualquer identificação de gestão.

O mesmo deve ser feito para as ações de patrocínio.

14 COMO DEVE SER APLICADA A MARCA DO GOVERNO EM POSTOS DE ATENDIMENTO PÚBLICO E OS RECURSOS VINCULADOS AOS PROGRAMAS DE GOVERNO? COMO POR EXEMPLO, ÔNIBUS ESCOLARES?

O logotipo ou slogan da gestão devem ser retirados ou cobertos, inclusive nas placas de postos de atendimento público aos cidadãos e cidadãs, nos veículos da administração, uniformes ou em qualquer outra superfície.



A suspensão não abrange as marcas de programas de governo e/ou políticas públicas quando utilizadas para sinalizar postos de atendimento ao cidadão, estas poderão ser mantidas.

15 OS SITES DO GOVERNO FEDERAL, ESTADUAL OU DISTRITAL DEVEM SER RETIRADOS DO AR POR COMPLETO?

Não. Todas as informações necessárias para o pleno funcionamento da administração pública podem e devem ser mantidos, como telefones para contato, horários de funcionamento, serviços, etc.

O que deverá ser retirado de suas propriedades digitais são toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, tais como fotos, filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, banner, postagens, marcas, notícias, slogans e qualquer conteúdo que caracteriza publicidade institucional.

16 COMO PROCEDER COM OS PERFIS GOVERNAMENTAIS EM REDES SOCIAIS, COMO INSTAGRAM, FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE, ENTRE OUTROS?

A partir de 2 de julho de 2022, é vedada a inclusão de qualquer novo conteúdo de publicidade institucional em perfis dos órgãos em redes sociais, a não ser publicidade mercadológica, publicidade decorrente de casos de grave e urgente necessidade pública, desde que sejam assim reconhecidas pela Justiça Eleitoral.

Além disso, pela atual jurisprudência, o conteúdo da publicidade institucional veiculado antes de 2 de julho, mesmo que datado, deve ser retirado, o que traz algumas dificuldades práticas na execução dessa determinação, considerando as funcionalidades de cada uma dessas plataformas.

No geral, recomenda-se a suspensão de todos os perfis de redes sociais dos órgãos durante o período vedado, mas é algo a ser analisado conforme o contexto do caso concreto.

17 O AGENTE PÚBLICO PODE VEICULAR PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM SEU PERFIL PESSOAL DURANTE O PERÍODO VEDADO?

Não. A divulgação de publicidade institucional é vedada a partir de 2 de julho de 2022, independente de sua forma de divulgação.



18 EXISTE ALGUMA VEDAÇÃO PARA AS RELAÇÕES DE COMUNICAÇÃO COM A IMPRENSA DURANTE O PERÍODO VEDADO?

Os órgãos e entidades poderão disponibilizar releases para jornalistas, devendo manter a impessoalidade e imparcialidade, sendo vedada a utilização de comparações e juízo de valor das ações, políticas públicas e programas sociais.

Release é um material informativo repassado a jornalistas para que sejam produzidas notícias e conteúdos jornalísticos.

19 NA PROPAGANDA ELEITORAL PODE CONTER NOMES OU SIGLAS DE ÓRGÃOS PÚBLICOS?

Não. O uso, na propaganda eleitoral, de símbolos, frases ou imagens associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista constitui crime.

20 PODE CONTER PROPAGANDA ELEITORAL EM SÍTIOS OFICIAIS OU HOSPEDADOS POR ÓRGÃOS OU ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DIRETA OU INDIRETA?

Não. A veiculação de propaganda eleitoral, ainda que gratuita, é vedada em qualquer ano ou período, em sítios oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.



LIMITE DE GASTOS COM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

21 QUAL O LIMITE DE GASTOS COM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DEPOIS NO ANO DA ELEIÇÃO?

Os gastos liquidados com publicidade institucional realizada até 2 de julho de 2022 não poderão exceder a média dos gastos dos primeiros semestres dos três últimos anos que antecedem o pleito.

22 COMO DEVO FAZER ESSE CÁLCULO DO LIMITE DE GASTOS? QUAIS SÃO OS PARÂMETROS?

1 Fazer a verificação de todas as rubricas orçamentárias que podem ser consideradas publicidade institucional. Identificar se há normas ou diretrizes do Tribunal de Contas para esse levantamento;

2 Destacar os valores gastos com a publicidade legal, que não deve ser considerada publicidade institucional para os fins do art. 73, VII, da Lei nº 9.504/97, conforme jurisprudência;

3 Devem ser consideradas as despesas contidas no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito, o que significa considerar os gastos realizados nos primeiros seis meses (janeiro a junho) dos anos de 2019, 2020 e 2021.

4 Para fazer o recorte temporal, sempre deve ser considerada apenas a liquidação da despesa, que “consiste na verificação do direito adquirido pelo credor tendo por base os títulos e documentos comprobatórios do respectivo crédito”. Então, não deve ser considerado nem o empenho e nem o pagamento, mas o ato que atestou formalmente que o serviço foi feito ou que o produto foi entregue;

Atenção:

Em 31 de maio de 2022 foi sancionada a Lei 14.356/2022 que altera a forma do cálculo do limite de gastos com publicidade institucional, contudo não entrará em vigor nas Eleições Gerais de 2022.

23 O NOVO LIMITE DE GASTOS SE APLICA AO ANO ELEITORAL DE 2022?

Não poderá ser aplicado nas Eleições de 2022. A lei passa a valer a partir da próxima eleição. De acordo com a Constituição Federal, a lei que alterar o processo eleitoral entrará em vigor na data de sua publicação, não se aplicando à eleição que ocorra até um ano da data de sua vigência (Constituição Federal, Art. 16).

Segundo a jurisprudência do STF em casos semelhantes, como esta lei teve a vigência há menos de um ano da data da eleição, não pode ser aplicada para a eleição de 2022.

24 COMO SERÁ CALCULADO O NOVO LIMITE DE GASTOS COM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NAS ELEIÇÕES QUE ACONTECEREM APÓS UM ANO DA DATA DA VIGÊNCIA DA LEI 14.356/22?

Pela nova lei, os gastos empenhados com publicidade institucional realizada no primeiro semestre do ano eleitoral, não poderão superar seis vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos três últimos anos que antecedem o pleito.

Além disso, os gastos com publicidade institucional ligados à pandemia de Covid-19 não estão sujeitos a este limite.

SAIBA QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS ALTERAÇÕES TRAZIDAS PELA LEI 14.356/2022:

• Cálculo do limite de gastos

PARA AS ELEIÇÕES 2022

Calculado em cima da LIQUIDAÇÃO da despesa.

Média dos gastos no PRIMEIRO SEMESTRE DOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS que antecedem o pleito.

Não há exceção sobre os gastos com publicidade relacionada a pandemia de Covid-19.

PARA AS PRÓXIMAS ELEIÇÕES

Calculado em cima do EMPENHO da despesa.

Até SEIS VEZES a média mensal dos valores empenhados nos TRÊS ÚLTIMOS ANOS que antecedem o pleito.

EXCLUÍDOS os gastos com publicidade relacionada a pandemia de Covid-19.

• Contratação

A contratação de serviços de comunicação institucional, incluindo a gestão de redes sociais e serviços de otimização de busca, devem ser realizadas por meio de licitação na modalidade de técnica e preço ou melhor técnica.



25 O QUE FAZER SE TIVER ULTRAPASSADO O LIMITE DE GASTOS?

A lei possui uma exceção quanto ao respeito ao limite de gastos: caso de grave e urgente necessidade pública.

Assim, caso o limite tenha sido ultrapassado em decorrência de grave ou urgente necessidade pública, deve ser requerido previamente o reconhecimento dessa questão pela Justiça Eleitoral.

Atenção!!!

Conheça ações preventivas de condutas vedadas relacionadas à publicidade institucional:

- Planejamento estratégico de redução de danos;
- Publicação de decreto internalizando e divulgando as normas proibitivas;
- Realização de eventos de esclarecimento quanto às providências a serem tomadas para equipe responsável;
- Incentivo aos servidores para consultas prévias à Procuradoria do Estado;
- Definição exata e documentada do limite de gastos;
- Controle rigoroso do conteúdo da publicidade;
- Verificar previamente o conteúdo que deve ser retirado, definindo os órgãos responsáveis pelas providências.

26 É POSSÍVEL FAZER PRONUNCIAMENTO EM CADEIA DE RÁDIO E TELEVISÃO NO ANO DA ELEIÇÃO?



A partir de 2 de julho de 2022, é proibido fazer pronunciamento em cadeia de rádio e televisão.

Depois dessa data, somente é permitido o pronunciamento em rádio e televisão fora do horário eleitoral gratuito quando se tratar de matéria previamente autorizada pela Justiça Eleitoral, que tratar de matéria urgente, relevante e característica das funções de governo.

27 É POSSÍVEL REALIZAR INAUGURAÇÕES DE OBRAS PÚBLICAS NOS TRÊS MESES QUE ANTECEDEM AS ELEIÇÕES?

Sim, é possível a inauguração de obras públicas, havendo apenas a vedação da presença de qualquer candidato ou candidata.

28 HÁ ALGUMA RESTRIÇÃO NAS INAUGURAÇÕES DE OBRAS PÚBLICAS?

Sim. É proibido ao candidato ou candidata a qualquer cargo comparecer a inaugurações de obras públicas a partir de 2 de julho de 2022, mesmo que sejam feitas virtualmente. A inobservância do disposto sujeita o infrator à cassação do registro ou do diploma.

Além disso, a partir de 2 de julho de 2022, também é vedada a contratação de shows artísticos pagos com recursos públicos para a realização de inaugurações de obras públicas.

29 POSSO UTILIZAR BENS MÓVEIS OU IMÓVEIS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARA FAZER ATOS DE CAMPANHA?

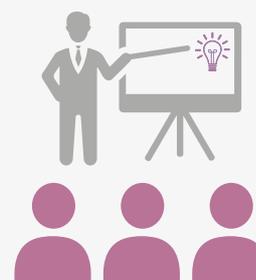
Não. É vedado, a qualquer tempo, ceder ou usar, em benefício de candidato ou candidata, partido político ou coligação, bens móveis ou imóveis pertencentes à administração direta ou indireta da União, dos estados, do Distrito Federal, dos territórios e dos municípios, ressalvada a realização de convenção partidária.

30 A CONVENÇÃO PARTIDÁRIA PODE OCORRER EM IMÓVEL PERTENCENTE À ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA?

Sim, há uma exceção na lei quanto à utilização de bem móvel ou imóvel da administração pública para a realização de convenção partidária.

31 É POSSÍVEL A REALIZAÇÃO DE REUNIÕES DE CAMPANHA NAS RESIDÊNCIAS OFICIAIS DOS CANDIDATOS E CANDIDATAS À REELEIÇÃO?

Sim, desde que não tenham caráter de ato público. A vedação não se aplica ao uso de residências oficiais, de candidaturas à reeleição aos cargos de Presidente da República e Governador, podendo ter os serviços inerentes à sua utilização normal, para realização de contatos, encontros e reuniões pertinentes à própria campanha.



32 É POSSÍVEL USAR MATERIAIS OU BENS PÚBLICOS COM INTUITO ELEITORAL?

Não. É proibido usar materiais ou serviços, custeados pelos governos ou casas legislativas, que excedam as prerrogativas consignadas nos regimentos e normas dos órgãos que integram.

Por exemplo, é proibido o uso de transporte oficial para locomoção a evento eleitoral, assim como o uso de gráfica oficial, remessa de correspondência, fax ou e-mail com conotação de propaganda eleitoral.



33 É POSSÍVEL A DISTRIBUIÇÃO GRATUITA DE BENS, VALORES OU BENEFÍCIOS?

Não. Durante todo o ano em que se realizar eleição, fica proibida a distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios por parte da administração pública, exceto nos casos de calamidade pública, de estado de emergência ou de programas sociais autorizados em lei e já em execução orçamentária no exercício anterior, casos em que o Ministério Público poderá promover o acompanhamento de sua execução financeira e administrativa.

Os programas sociais não poderão ser executados por entidade nominalmente vinculada a candidata ou candidato ou por esse mantida.

É vedado que a execução de um programa social que implique em distribuição de qualquer benefício por parte da administração pública se inicie no ano da eleição.

34 É PRECISO SUSPENDER NO ANO ELEITORAL PROGRAMAS OU AÇÕES QUE JÁ VINHAM SENDO EXECUTADOS?

Não é necessária a suspensão ou interrupção de programas, projetos ou ações que já vinham sendo executados, previstos em lei e em execução orçamentária desde o ano anterior, em virtude de se tratar do ano eleitoral. O que se veda é o uso desvirtuado desse programa para promover eleitoralmente uma determinada candidatura.

Lembrando que **é proibido, a qualquer tempo**, fazer ou permitir uso promocional em favor de candidato ou candidata, partido político ou coligação, de distribuição gratuita de bens e serviços de caráter social custeados ou subvencionados pelo poder público.

35 É POSSÍVEL A CONCESSÃO DE BENS, VALORES OU BENEFÍCIOS POR PARTE DA ADMINISTRAÇÃO EM CASO DE CALAMIDADE PÚBLICA?

A Lei das Eleições proíbe que seja realizada a distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios por parte da administração pública, com exceção aos casos de calamidade pública ou estado de emergência, devendo ser observados alguns requisitos legais e formais para que a distribuição de um benefício eventual seja realizada sem riscos, sendo eles:

- 1** Declaração do estado de calamidade pública ou emergência;
- 2** Verificar a existência de lei de assistência social no âmbito estadual ou distrital, e se há requisitos objetivos estabelecidos para a concessão de benefício eventual;
- 3** Caso não exista, enviar projeto de lei em regime de urgência, estabelecendo os requisitos objetivos para a concessão de benefício eventual;
- 4** É recomendável que haja um parecer da procuradoria autorizando a concessão do benefício eventual, para preservação do próprio gestor;
- 5** Devem ser estabelecidos critérios claros e objetivos para o recebimento do benefício, como, por exemplo, a quantidade de pessoas a ser beneficiada; renda familiar de referência para obtenção do benefício; condições pessoais ou familiares para a concessão; não ter emprego formal; não receber outro tipo de auxílio assistencial; idade mínima, período de distribuição, entre outros.
- 6** Deve ser feita comunicação oficial do Ministério Público Eleitoral, quanto ao fato caracterizador da calamidade ou emergência, aos bens, valores e benefícios que se pretenda distribuir, ao período da distribuição e às pessoas e faixas sociais beneficiárias.

36

COMO FAZER A DISTRIBUIÇÃO GRATUITA DE BENS, VALORES OU BENEFÍCIOS SEM HAVER PROMOÇÃO PESSOAL?

A distribuição do benefício eventual deve seguir critérios claros e objetivos.

É de extrema importância que a divulgação da concessão do benefício eventual aos cidadãos e cidadãs seja realizada de forma impessoal. Nesse sentido, essas são algumas recomendações:

Não é recomendável a participação do agente público que seja candidato ou candidata à reeleição ou que faça a entrega ou participe diretamente da entrega do benefício;

Deve haver um controle rigoroso no atendimento aos critérios para a concessão do benefício;

A divulgação do benefício pelos canais institucionais e pela imprensa devem sempre mencionar os critérios objetivos para o seu recebimento, sem caráter de exaltação do poder público.

Os servidores e servidoras também devem ser orientados a não permitir o uso dos programas para promoção de qualquer pessoa, vedando qualquer tipo de enaltecimento da imagem utilizando a estrutura governamental.

37 **QUAIS AS RESTRIÇÕES DA LEGISLAÇÃO COM RELAÇÃO AOS SERVIDORES PÚBLICOS?**

É proibido ceder servidor público ou pessoa empregada da administração direta ou indireta federal, estadual, distrital ou municipal do Poder Executivo, ou usar de seus serviços, para comitês de campanha eleitoral de candidaturas, partido político ou coligação, durante o horário de expediente.

O servidor(a) ou o empregado(a) público poderá trabalhar voluntariamente na campanha eleitoral se estiver licenciado, em período de férias, ou fora do horário de expediente.

38 **É POSSÍVEL CONTRATAR, NOMEAR, DEMITIR OU READAPTAR VANTAGENS DE SERVIDORES EM ANO ELEITORAL?**

É vedado, a partir de 2 de julho de 2022 até a posse dos eleitos, sob pena de nulidade de pleno direito, nomear, contratar ou de qualquer forma admitir, demitir sem justa causa, suprimir ou readaptar vantagens ou por outros meios dificultar ou impedir o exercício funcional e, ainda, ex officio, remover, transferir ou exonerar servidor público, na circunscrição do pleito.

No entanto, são permitidas:

a) a nomeação ou exoneração de cargos em comissão e designação ou dispensa de funções de confiança;

b) a nomeação para cargos do Poder Judiciário, do Ministério Público, dos tribunais ou conselhos de contas e dos órgãos da Presidência da República;

c) a nomeação dos aprovados em concursos públicos homologados até antes dessa data;

d) a nomeação ou contratação necessária à instalação ou ao funcionamento inadiável de serviços públicos essenciais, com prévia e expressa autorização do chefe do Poder Executivo;

e) a transferência ou remoção ex officio de militares, policiais civis e de agentes penitenciários.



QUEM SOMOS?

A complexidade das relações sociais, empresariais e políticas nos dias de hoje exige um nível cada vez maior de especialização dos profissionais que atuam nas mais diversas áreas do conhecimento. Essa realidade é ainda mais clara no Direito.

Neste contexto, o escritório GRA - Gabriela Rollemberg Advocacia - foi fundado há mais de doze anos, e tem desenvolvido uma advocacia de excelência, leal e proativa, a partir de um relacionamento humanizado e exclusivo com seus clientes, buscando sempre resultados de alto impacto.

O escritório se consolidou como uma referência nacional na área do Direito Público e Eleitoral, e tem atuado de forma ampla nos Tribunais Superiores, Tribunal de Contas da União, bem como no Congresso Nacional.

Implementa uma cultura de inovação e empreendedorismo, sempre aprimorando as competências de seus colaboradores e parceiros. Exerce uma abordagem multidisciplinar e prática, utilizando em seus casos as mais modernas técnicas de Visual Law e Legal Design dentre outras.

CONHEÇA NOSSO TIME



Gabriela Rollemberg

Graduada em Direito pelo Centro Universitário de Brasília-UniCEUB e em Ciência Política pela Universidade de Brasília (UnB). Pós-graduada em Direito Eleitoral pelo Instituto Luiz Flávio Gomes. Sócia fundadora do Gabriela Rollemberg Advocacia. Possui 15 anos de experiência em campanhas eleitorais de parlamentares, governadores, prefeitos e Presidentes da República. É membro fundadora da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (ABRADEP) e da Elas Pedem Vista. Cofundadora da Quero Você Eleita, um laboratório de inovação política para potencializar a atuação de lideranças femininas nos espaços de poder. Autora e colaboradora de diversas publicações e professora de Direito Eleitoral em diversos cursos de pós-graduação.

Rodrigo Pedreira

Graduado em Direito pelo Centro Universitário de Brasília (UniCEUB). Graduado em Ciência Política pela Universidade de Brasília (UnB). Pós-graduado em Direito Eleitoral pelo Instituto Luiz Flávio Gomes e em Direito Constitucional pelo Instituto Brasiliense de Direito Público (IDP). Sócio-fundador do Gabriela Rollemberg Advocacia, possui mais de dez anos de experiência na área do Direito Eleitoral, assessora candidatos e políticos em questões eleitorais e de direito público, além de atuar com Compliance Eleitoral. É membro fundador da Academia Brasileira de Direito Político e Eleitoral (ABRADEP).





Janaina Rolemberg

Advogada graduada em Direito pelo Centro Universitário de Brasília - UniCEUB. Pós-graduada em Direito Digital e Compliance pelo IBMEC. Possui experiência em Direito Eleitoral, Direito Administrativo, Direito Digital e Compliance, com atuação em Tribunais Superiores. É membro da Comissão de Direito Digital e Tecnologias Disruptivas da OAB/DF, membro da Comissão de Privacidade e Proteção de Dados da OAB/DF e membro da ABRADEP - Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político.

Ana Elaine

Graduada em Direito pela Universidade Católica de Brasília - UCB. Pós-graduada em Direito Processual Civil pela Universidade Cândido Mendes - UCAM. Experiência com ênfase na área de BackOffice, Controller Jurídica e Gestão de Processos. Atuação em organização, criação de fluxos, rotinas e acompanhamentos periódicos de prazos, gerenciamento de agendas, fiscalização no cumprimento das determinações legais, visando implementação de práticas para melhor qualidade técnica, efetividade, agilidade e segurança nos serviços jurídicos. É membro da Comissão de Advocacia nos Tribunais Superiores da OAB/DF.



Ivine Ferreira

Graduada em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN); diretora de Comunicação do Centro Acadêmico Amaro Cavalcanti, gestão 2020-2021.

Carla Sant'ana

Graduada em Direito pelo Centro Universitário de Brasília - UniCEUB. Estagiou na Delegacia da Polícia Civil do Estado de Goiás, está se especializando em Marketing Digital, para se tornar Social Media.

